
Een klantgericht bibliotheekconcept: het benaderen van vragen in hun context Deel 2: plaatsing en presentatie



Edwin Van Troostenberghe
Bibliothecaris openbare
bibliotheek Middelkerke
Populierenlaan 16
8430 Middelkerke
Tel.: 059 31 99 10
e-mail:
edwin.vantroostenberghe
@middelkerke.be

ARTIKEL

In een vorig artikel ¹ werd de idee ontwikkeld dat de vragen die een klant in de bibliotheek stelt, altijd in een bepaalde context zitten en dat achter de expliciete vraag vaak een hele reeks latente vragen schuilgaan. Willen we adequaat met de vragen van de klant omgaan, dan moeten vijf zaken in kaart worden gebracht: de contexten van waaruit de klanten vragen stellen; de types van vragen; de types van bronnen; de informatiebemiddelaars naar wie kan worden doorverwezen; de trajecten die bij bepaalde types van vragen worden afgelegd om de interessantste bronnen te vinden.

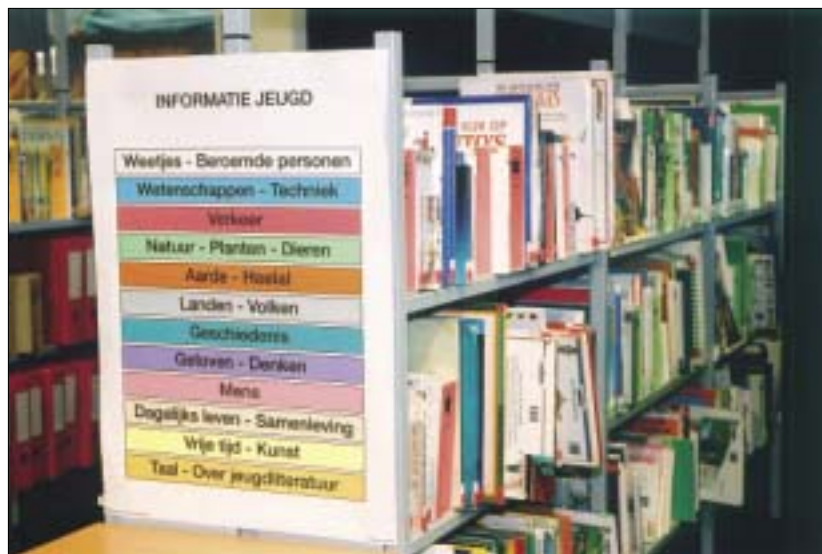
In deze bijdrage wordt nagegaan wat de gevolgen zijn van dit contextueel denken voor de plaatsing en de presentatie van media.

gebruikmaakt van de catalogus of een beroep doet op het personeel ². Daar zouden we alvast één les uit moeten trekken: de plaatsing van de media is heel belangrijk. Een recent bezoek aan acht Nederlandse bibliotheken gaf mij de indruk dat collega's-noorderburen daar helemaal niet wakker van liggen. Daar bleek de strekking te overheersen dat men zo weinig mogelijk signalisatie moet aanbrenge – de klanten vinden de weg wel. Kasten staan in slagorde met nauwelijks enige aanduidingen. Informatieve materialen in de volwassenenafdeling stonden allemaal op Siso, soms met kleine aanpassingen. In de jeugdafdeling werkten maar twee van de acht bibliotheken met een alternatief plaatsingssysteem. Zizo, dat in Vlaanderen al door twee derde van de openbare bibliotheken gebruikt wordt, is in Nederland onbekend.

ZELFBEDIENING

Uit een onderzoek in de vijf grootste bibliotheken van Nederland blijkt dat 70% van de volwassen lezers nooit

Het plaatsen en presenteren is het middel bij uitstek om de collectie te ontsluiten. Je zou je een ideaalbeeld kunnen voorstellen waarbij de klant binnenkomt en in één oogopslag een overzicht krijgt van al de vraagcontexten. De klant vindt meteen bordjes met vragen als: 'Gaat u trouwen of samenwonen?', 'Verzamelt u postzegels?' 'Wilt u een taal leren?', 'Organiseert u een sportquiz?', 'Zoekt u een onderwerp voor een schoolopdracht?', 'Gaat u op reis?', 'Hebt u last van stress?'. Bij elk bordje vindt hij precies die bronnen die hij nodig heeft. De klant heeft niemand meer nodig, hij kan perfect zichzelf bedienen.



ZIZO is wijdverspreid in de Vlaamse openbare bibliotheken. Foto: Paul Van Wouwe.

PROJECT BALEN

De openbare bibliotheek van Balen kan werkingsresultaten voorleggen die een stuk boven het Vlaamse gemiddelde uitsteken. Deze heel actieve bibliotheek is er vaak als eerste bij om nieuwe ideeën in de praktijk te brengen. Toch vond de bibliothecaris, Jef Willekens, naar aanleiding van de opmaak van het beleidsplan, dat de dienstverlening meer klantgericht kon. Ik werd, samen met Jenny Dheedene, verzocht het personeelsteam te begeleiden bij het ontwikkelen van een nieuw concept. In zes sessies werden de bestaande werkwijzen kritisch besproken. De personeelsleden werden uitgenodigd in de huid van de klant te kruipen en de verschillende obstakels te ontdekken die een succesvolle bevraging van de bibliotheek in de weg staan. In wat volgt verwijzen we regelmatig naar ervaringen uit dit begeleidingsproject.

PLAATSING EN PRESENTATIE VAN INFORMATIEVE MEDIA

In een vorig artikel gingen we in op de manier waarop klanten zoeken in de bibliotheek. We passen het 'trechterschema' toe op de zelfbedieningscollectie.

Buiszoeken

Klanten die regelmatig naar de bibliotheek komen om dezelfde bronnen te raadplegen of te grasduinen in dezelfde thema's, trekken zich weinig aan van plaatsingssystemen. Wie dagelijks *Het Nieuwsblad* komt lezen vindt blindelings het krantenrekje en wie zijn wekelijkse portie lectuur over vliegtuigen komt halen weet dat die te vinden is in het rek vlak bij het raam naast de deur van het toilet.



In de Openbare Bibliotheek Middelkerke leiden 'sorteerkoppen' de klanten naar relevante informatiebronnen. Foto: Paul Van Wouwe.

Trechtersoeken: verengen

Een klant gaat bouwen en heeft vernomen dat er in de bibliotheek boeken zijn met leuke ideeën voor de inrichting. Stel dat hij bij het binnenkomen een overzichtsbord van Siso ontdekt, dan is de kans bijzonder klein dat hij daarop één trefwoord vindt dat bij hem een belletje doet rinkelen. 'Wonen' is een belangrijke context, maar in Siso zijn de verschillende aspecten versnipperd over evenveel rubrieken en geen enkele hoofdrubriek houdt de onduidelijke belofte in dat hij er iets over interieurs zal vinden.

Tijdens het begeleidingsproject te Balen vroegen wij de medewerkers de zoekweg van de klant te volgen. Eén medewerker moest 'bordjes kijken' tot er een kastopschrift in het oog sprong dat verband hield met zwangerschap. Het duurde even eer ze op het bordje 'Geneeskunde - Gezondheidszorg' stootte. In die kast vond ze geen opschrift 'Zwangerschap'. De materialen die ze uiteindelijk bij de betreffende Siso-rubriek vond, konden maar gedeeltelijk een antwoord geven op de vele vragen die er waren.

We herhaalden dezelfde oefening voor iemand die op reis wou gaan, iemand die ging scheiden, iemand die wou solliciteren. De resultaten vielen dik

tegen. Er waren weinig bordjes die belletjes deden rinkelen en de bronnen zaten heel verspreid.

Een tweede oefening verliep als volgt. Het personeelsteam werd ingedeeld in drie groepen die zich over een verschillend informatiedomein ontfermden: reizen, levensvisie en gezondheid. In een vorige opdracht hadden ze rond deze domeinen al contexten en vraagtypes in kaart gebracht. Nu moesten ze op de kasten 'tekstballonnetjes' plaatsen. Ze moesten reliëf geven aan de collectie door op kaartjes trefwoorden aan te brengen en die op de planken te klevens.

Bij het thema 'Gezondheid' verschenen al gauw tekstballonnetjes als 'Gezond leven', 'Menselijk lichaam', 'EHBO', 'Alternatieve geneeskunde', 'Homeopathie', 'Ziekten', 'Zwangerschap', 'Stress', 'Dood'.

Als test moest elke groep een aantal vragen (in context) opschrijven over het thema van een andere groep.

Een voorbeeld: 'De klant heeft last van zenuwen en zoekt een manier om daar vanaf te geraken.' De medewerker gaat voor de kast 'Gezondheid' staan en vindt bijna meteen het tekstballonnetjes 'stress'. Een belletje gaat rinkelen!

Bij de meeste vragen werd bijna direct een passend tekstballonnetje gevonden. In de nabespreking bleek dat de trefwoorden, die in twintig minuten tijd opgemaakt waren, voor meer dan de helft overeenstemden met de trefwoorden die voorgesteld worden in het nieuwe plaatsingssysteem dat door een werkgroep van het VCOB ontwikkeld wordt.

We kunnen besluiten dat een klant met een vraag in een bepaalde context het snelst de interessantste bronnen vindt via een bordje dat in één duidelijk woord zijn context omschrijft. Dat woord is een 'sorteerkop', waaraan verschillende 'tekstballonnetjes' vasthangen. Elk 'tekstballonnetje' (rubriek) is een duidelijke zoekingang.

Een goed plaatsingssysteem vertrekt van duidelijke trefwoorden die zoekingen zijn voor veel voorkomende contexten. Die worden gegroepeerd en ondergebracht onder duidelijk 'sorteerkoppen'. De klant wordt via de sorteerkoppen trapsgewijze gebracht tot bij de rubriek die relevant is. Het gaat er dus niet om de menselijke kennis op een systematische en hiërarchische manier in kaart te brengen.

Iemand die met vragen zit als huurder weet niet direct of hij bij een sorteerkop 'Recht' of 'Economie' terecht zal kunnen. Een sorteerkop 'Wonen' zal wel onmiddellijk een belletje doen rinkelen. Door de structuur en de terminologie van het plaatsingssysteem zelf helpen we de klant om zijn vraag precies te situeren.

Wonen → Huren
 Mens - Samenleving → Relaties → Echtscheiding
 Lichaam - Gezondheid → Zwangerschap → Bevallens
 Lichaam - Gezondheid → Dood → Stervensbegeleiding
 Esoterie - Spiritualiteit → Occulte technieken → Handlijnkunde
 Vrije tijd → Verzamelen → Postzegels

Trechterzoeken: verruimen

We hebben ervoor gepleit om de klant te attenderen op het bestaan van alle

mogelijke informatiebronnen die in zijn context relevant kunnen zijn. Neem nu de klant met bouw- of verbouwplannen. Waar kan hij interesse voor hebben?

- Een folder van de Vlaamse Gemeenschap over bouwtoelagen;
- doe-het-zelfboeken (isolatie, sanitair, vloeren...);
- ideeënboeken voor de inrichting van de woning;
- tijdschriften rond wonen;
- een cd-rom met een programma voor het inrichten van de woning;
- een brochure met wegwijsinfo voor bouwers.

Door die verschillende bronnen fysiek samen te plaatsen verhoog je de kans dat de klant zaken gaat ontdekken die hij anders nooit had gezien. Als je dit effect wilt verkrijgen zijn er twee vereisten:

1. Een plaatsingssysteem waarbij de bronnen bijeengebracht worden op basis van de vraagcontexten.
2. De geïntegreerde plaatsing van verschillende informatiedragers.

Welke informatiebronnen kun je samen brengen voor klanten die willen solliciteren?

- Vacatures;
- boekjes over solliciteren, een sollicitatiebrief schrijven, een sollicitatiegesprek...;
- psychotechnische tests.

Welke informatiebronnen kun je samenbrengen voor klanten die met een sterfgeval geconfronteerd worden?

- erfenisrecht;
- ideetjes voor rouwbrieven;
- gedichten rond de dood;
- meditatieteksten rond de dood;
- leven na de dood.

Welke informatiebronnen kun je samenbrengen voor ouders van jonge kinderen?

- Algemene boeken over opvoeding;
- opvoedingsproblemen;
- leerproblemen;
- kinderziekten;
- tijdschriften voor ouders.

EEN NIEUW SCHEMA VOOR DE PLAATSING VAN INFORMATIEVE MEDIA

Binnen het VCOB houdt een werkgroep zich sinds drie jaar bezig met de ontwikkeling van een nieuw plaatsingsschema. Het schema heeft voorlopig geen naam.

In dit schema brengt men bronnen bij elkaar die een antwoord geven op vragen binnen een bepaalde context. Het gaat over contexten waar vaak vragen over gesteld worden. Er wordt gewerkt met trefwoorden die duidelijke zoekingen zijn en zo veel mogelijk aansluiten bij de taal van de gebruiker. Het belangrijkste zijn de rubriekwoorden op het laagste niveau. De andere niveaus zijn sorteerkoppen die de klant trapsgewijs naar het relevante rubriekwoord moeten leiden (*tabel 1*).

Het nieuwe schema is bedoeld voor collecties tot 30.000 titels. Het komt op de markt in 2005

Siso

Vaak wordt beweerd dat Siso niet gebruikersvriendelijk is. Dat lijkt mij niet correct. Siso is vooral bedoeld voor klanten die voor studiedoeleinden naar wetenschappelijke informatie zoeken. Ze worden verondersteld kennis te hebben van een bepaalde terminologie en van referentiekaders.

Siso is ontwikkeld in een periode dat grotere openbare bibliotheken zich vooral op dat type klanten richtten.

Mensen die studeren zijn nog steeds een belangrijke klantengroep. Siso is evenwel moeilijk hanteerbaar voor klanten die zoeken vanuit een andere context. Ouders vragen niet naar 'theoretische opvoedkunde' of naar 'differentiële opvoeding' of naar 'ontwikkelingspsychologie'. Ze willen gewoon een boek over 'opvoeding'. Of ze hebben vragen over concrete problemen, zoals ADHD of dyslexie.

Van al de onderwerpen die we bij Siso terugvinden hebben de meeste openbare bibliotheken maar een fractie in huis. Als er al monografieën over bestaan. Over corrosie (672.3) vond ik in de Vlacc twee titels. Slechts twee Vlaamse bibliotheken hebben er een boek over. Over linoleum (676.8) vond ik geen enkele titel terug. Hoeveel boeken heeft u over Oosters-orthodoxe muziek? Dergelijke trefwoorden kunnen nuttig zijn bij het gebruik van een catalogus, maar zijn totaal niet relevant als zoekterm in een plaatsingssysteem.

Ook de 'sorteerkoppen' van Siso schrikken af. Welke klant denkt meteen onder het bordje 'Bord, - denk- en kansspelen enz. - handenarbeid enz. - huishoudkunde enz.' ideeën voor de keuken te vinden?

PIM

Enkele jaren geleden bracht Biblion het Plaatsingssysteem voor Informatieve Media op de markt, bedoeld voor collecties tot 12.500 titels. Er zijn 26 categorieën die visueel ondersteund worden door een pictogram. Aan elk medium wordt een trefwoord toegekend op basis van de thesaurus van Biblion. Binnen elke categorie worden

Tabel 1 : een uittreksel uit het voorlopige schema

Zone	Kast	Plank	Rug
Mens	Arbeid - Economie	Arbeid	Arbeid Arbeidsrecht Solliciteren
		Economie	Economie Management Je eigen zaak Geld Beurs - Beleggen Bedrijven Consumenteninfo Marketing - Reclame Statistieken Boekhouden

Tabel 2: Voorbeeld van alfabetisch gerangschikte trefwoorden in Pim

Geschiedenis	Lichaam en Gezondheid	Geestelijk leven
Amin	ADHD	Aforismen
Archeologie	AIDS	Antroposofie
België	Acupressuur	Apocalyps
Concentriekampen	Anatomie	Astrologie
Engeland	Autisme	Aura's
Egyptische oudheid	Drugs	Bewustzijn
Frankrijk – Bretagne	EHBO	Bijbel
Frankrijk – Parijs	Geboorte	Bijbelse archeologie
Genealogie	Geneesmiddelen	Bijbelse figuren
Griekse oudheid	Gezondheidszorg	Bijbelse geschiedenis
Jodenvervolgung	Hersenen	Boeddha
Onderduikers	Homeopathie	Brieven van Paulus
Ontdekkingsreizen	Kanker	Buitenaards leven
Oostenrijk	Migraine	Chinese dierenriem
Pyreneeën	Patiëntenrecht	Dalai Lama
Romeinse Rijk	Psychologie	Damiaan
Slavernij	Psychotherapie	Dromen
Verzet	Rouwproces	Esoterie
Vlaggen	Seksualiteit	Fen Shui
Vorstenhuizen	Seksuele voorlichting	Filosofie
Wereldoorlog I	Slapen	Geloof
Wereldoorlog II	Stress	Gemeenteopbouw
Uganda	Therapieën	Genesis
	Verpleging	Godsdiensten
	Verstandelijk gehandicapten	Islam
	Ziekenhuizen	Jezus Christus
	Ziekten	Jodendom
	Zwangerschap	Johannes Paulus II
		Kant
		Kerkelijke gemeente
		Kierkegaard
		Koran
		Levenskunst
		Mysteries
		Nieuw testament
		Oud testament
		Parapsychologie
		Religie
		Sekten
		Sterrenbeelden
		Yoga
		Zelfverwerkelijking
		Zen

de media alfabetisch geplaatst op trefwoord.

PIM vind ik minder geschikt, in hoofdzaak om volgende redenen:

- de trefwoorden zijn vaak te beperkt zodat ze hun trefkracht verliezen. Voorbeelden: ergonomie, human resources management, strategisch management;
- de trefwoorden worden alfabetisch gerangschikt, zodat verwante onderwerpen vaak uit elkaar getrokken worden. Hoe groter de collectie, hoe meer dit het geval is. Het Nieuw Testament en het Oud Testament worden van de Bijbel 'weggekata-pulsteerd'. Bij de categorie 'Geschiedenis' gaat men bijvoorbeeld niet verder dan de historische perioden.

DE BEPERKINGEN VAN EEN PLAAT-SINGS- EN PRESENTATIESYSTEEM

Zoals gezegd zou je kunnen vertrekken vanuit een ideaalbeeld, waarbij de klant in één oogopslag een overzicht krijgt van alle contexten. In de praktijk lukt dat niet zo omdat één onderwerp vanuit meerdere contexten benaderd kan worden en er een behoorlijk aantal contexten is.

Contexten versus onderwerpen

'Aids' is een onderwerp. 'Een klant heeft iemand in zijn kennissenkring die aids heeft' is een context. 'Een student moet een werk maken over aids' is een andere context. Er is een verschillende betrokkenheid bij het onderwerp. Beide klanten komen in het plaatsingssysteem terecht bij het trefwoord 'aids'.

'Voetbal' is een onderwerp. 'Een klant volgt de voetbalactualiteit' is een context. 'Een klant speelt voetbal' is een andere context. 'Een klant is voetbal-trainer' is een derde context. Bepaalde bronnen zullen relevant zijn voor de drie types klanten, andere niet.

Het trefwoord op zich zegt niets over de context van waaruit gezocht wordt. Bij het verzamelen en bijebrengen van bronnen houdt men wel rekening met de contexten. Een plaatsingssysteem organiseert onderwerpen, gaande van brede informatiedomeinen tot specifieke onderwerpen.

Je kunt het niet zo ver drijven dat je bronnen enkel bijeenbrengt op basis van de specifieke context. Je kunt onderwerpen niet steeds uitsplitsen op basis van de context: 'Voetbal voor toeschouwers', 'Voetbal voor spelers', 'Voetbal voor trainers'.

De context studie blijft heel belangrijk. Bij sommige informatiedomeinen zijn er weinig andere contexten. 'Geschiedenis' bijvoorbeeld neemt een aanzienlijk deel van de collectie in. Buiten die enkelen die zich aan de lokale geschiedschrijving wagen of hun stamboom opmaken wordt de collectie vooral gebruikt door klanten die studeren of vanuit een algemene interesse.

'Beleggen' zal bij de kleine belegger meteen de verwachting scheppen dat hij dáár de tips zal vinden om zijn eerste miljoenen te verdienen. 'Gehandicapt' zal wellicht meer bezoek krijgen van hulpverleners en scholieren, dan van de mensen met een handicap zelf. Wat je het trefwoord 'Migranten' op als informatie voor of over migranten?

Er zijn (te) veel contexten

Hoewel het aantal contexten niet onuitputtelijk is, gaat het toch nog over een behoorlijk aantal. In elk geval meer dan honderd. Die kun je onmogelijk in één overzicht brengen. Bovendien zijn de verschillende contexten niet evenwaardig wat betreft de intensiteit van de bevraging en het aantal bronnen.

Voorbeelden:

- Er zijn veel kookboeken en die worden veel gevraagd.

- Er zijn weinig bronnen voor stamboomonderzoek en er zijn ook weinig klanten die daar mee bezig zijn.
- Er zijn veel boeken over literatuur in verhouding tot het aantal lezers.
- Er zijn veel klanten die werk zoeken, doch weinig bronnen in functie daarvan.

Als je bij de ontwikkeling van je plaatsings- en presentatiesysteem van de vragen van gebruikers wil uitgaan, zouden de belangrijkste contexten het meest in het oog moeten springen. 'Werk zoeken' moet even veel in het oog springen als 'Kookboeken'.

Kiezen tussen contexten

In elk plaatsingssysteem worden bepaalde onderwerpen bij elkaar geplaatst, andere worden uit elkaar gehaald. Van belang zijn de criteria die men hiervoor hanteert. In ons voorstel is dat de vraagcontext. Maar een bepaalde bron kan vaak nuttig zijn in totaal verschillende contexten. Dan moet men een keuze maken. In bepaalde gevallen kan men de bron meer dan één keer aankopen.

Voorbeelden:

- Voornamenboeken kunnen relevant zijn voor aanstaande ouders maar ook voor iemand die de herkomst van namen bestudeert.
- Je kunt ervoor kiezen om geschiedkundige bronnen van een bepaald land bij de reisinformatie over dat land te zetten. Wie op reis gaat naar Thailand pikt misschien ook graag een stuk geschiedenis mee. Maar is de beroemde monografie over het ketterse Montaigne niet eerder iets wat de historicus zal interesseren dan de Pyreneeënreiziger?

In sommige bibliotheken worden verwijzingen in de rekken aangebracht. Zo kan het gebeuren dat kunsthistorische boeken bij het informatiedomein 'Kunst' staan, terwijl bronnen over schildertechnieken bij 'Vrije tijd' een plaatsje vinden.

BESLUITEN

In dit artikel heb ik proberen duidelijk te maken dat:

- de plaatsing en presentatie zijn belangrijkste manier om de informatiebronnen te ontsluiten;
- een plaatsingssysteem de bronnen moet samenbrengen die een antwoord geven op vragen binnen een zelfde context;
- de onderwerpen een benaming moeten krijgen die klanten direct associëren met hun vraagcontext;
- er een duidelijke signalisatie moet zijn die de klant tragsgewijs naar zijn onderwerp brengt.

Ik heb ook gewezen op de beperkingen van de plaatsing en presentatie als ontsluitingsmiddel. Niet alle contexten kunnen in kaart gebracht worden.

Met een goede plaatsing en presentatie zullen in veel gevallen de klanten:



Duidelijke signalisatie in de Openbare Bibliotheek Middelkerke. Foto: Paul Van Wouwe.

- vrij snel de bronnen vinden die een antwoord geven op de vragen die ze hebben;
- geattendeerd worden op andere bronnen die voor hen ook relevant kunnen zijn.

In andere gevallen zal de klant een beroep moeten doen op de infobalie of de digitale bibliotheek. In een volgend artikel ga ik daar dieper op in.

NOTEN

1. Edwin Van Troostenberghe, *Een klantgericht bibliotheekconcept: het benaderen van vragen in hun context: deel 1*, in: *Bibliotheek- & archiefgids*, 79 (2003) 1; p. 28-32.
2. *Bibliotheekblad*, (2000) 4.

SAMENVATTING

De contextuele benadering van vragen van de klanten en in de openbare bibliotheek heeft gevolgen voor de plaatsing en de presentatie van de materialen. Een adequaat plaatsingssysteem brengt de informatiebronnen samen die een antwoord geven op vragen binnen veel voorkomende contexten. Daarvoor worden trefwoorden gebruikt die nauw aansluiten bij de taal van de gebruiker. Onmisbaar is een duidelijke signalisatie die de gebruiker naar het onderwerp leidt. Maar een plaatsingssysteem kan onmogelijk een overzicht bieden van alle vraagcontexten. Bovendien kan een bepaald onderwerp vaak vanuit meerdere contexten benaderd worden. Er moeten dan ook al eens keuzes worden gemaakt.

ABSTRACT

The contextual approach of customers' questions in public libraries affects the shelving and presentation of the collection. An adequate shelving system brings together the information sources that provide an answer to questions within recurrent contexts. Therefore subject headings are used that closely link up with the language of the customer. A clear signalisation is indispensable, leading the customer to the subject. But a shelving system cannot possibly offer an overview of all contexts. Besides, a specific subject can often be approached from more than one context. As such, choices will have to be made in some cases.